Der Jungmann

Monatsschrift des Bundes der Kaufmannsjugend in der Gewerkschaft kaufmännischer Angestellten Oberschlesiens D.H.V.

Jugendheim
Kattowitz, ul. św. Jana 10 III.

Nummer 11. 5. Jahrgang. November 1934.

Man muß nichts halb tun, wenn man nicht früher oder später büßen will. Mittelmäßigkeit ist der Tod alles Großen und Heroischen.

Arndt.

Nochmals Berufsbildung!

Fast alle Ortsgruppen unseres Kreisgebietes haben für dieses Winterhalbjahr Arbeitspläne herausgegeben. Wenn wir uns diese Pläne einmal näher betrachten, so sehen wir, daß sie alle unter dem Leitgedanken

„Berufsfortbildung"

stehen. Lehrgänge in Kurzschrift, Lack- und Plakatschrift, kaufmännischem Rechnen, Buchhaltung, Polnisch für Anfänger und Fortgeschrittene, Wechsel und Schecklehre sollen abgehalten werden. Die Durchführung dieser Kurse ist aber nur dann möglich, wenn sich genügend Teilnehmer melden. Und melden müßten sich fast alle unsere Jungmannen, denn sie weisen durchweg Lücken in ihrem Berufswissen nach. Die ausgefüllten Bewerbungsbriefe der stellenlosen Mitglieder sagen uns so vieles. Gar mancher schreibt, er beherrsche die deutsche und polnische Sprache in Wort und Schrift. Das bildet er sich aber nur ein. Liest man das Niedergeschriebene einmal durch, so wird man sich des Staunens nicht erwehren können. Der Rotstift hat hier viel Arbeit, denn im Deutschen und im Polnischen sind eine ganze Anzahl von Fehlern. Die Gelegenheit zum Lernen ist da. Warum melden sich nicht alle, die es bitter not haben, ihr Berufswissen zu erweitern, zu den Lehrgängen? Ist es Zeitmangel oder Bequemlichkeit? Es dürfte eigentlich keinen Jungmann, der im Büro beschäftigt ist, geben, der nicht die Kurzschrift in ausreichendem Maße beherrscht und flott Schreibmaschine schreibt. Und wieviele können es wirklich? Die Zahl derer wird verschwindend klein sein. Selbstverständlich muß auch der aufgenommene Brief fehlerfrei ins Deutsche oder ins Polnische übertragen werden können, denn sonst wäre ja die Aufnahme unnötig, wenn der Brief nachher noch einmal wegen der vielen Fehler umgeschrieben werden müßte. So greift ein Glied ins andere. „Vor das Ziel haben die Götter den Schweiß gesetzt", so heißt es in einem Sprichwort. Wenn jeder von heute auf morgen seine Kenntnisse erweitern könnte, so wäre keine richtige Freude am Lernen. Wir müssen aber immer wieder versuchen, mit dem anderen Berufs-

kameraden wettzueifern und versuchen, ihn zu überholen. Daß das Fleiß und Ausdauer erfordert, braucht wohl nicht besonders angeführt zu werden.

Vergleicht man einmal die Anzahl der von den Ortsgruppen versandten Arbeitspläne mit den Anmeldungen zu den Lehrgängen, so muß man mit Bedauern feststellen, daß sich nur ein Bruchteil der Mitglieder zu den Lehrgängen gemeldet hat. Selbstverständlich gibt es auch „Streber" darunter, die den ernsten Willen haben, etwas zu lernen.

So mancher Jungmann hat den Abend frei und vertreibt sich die Zeit mit allerhand unnützen Sachen; an den Beruf denkt er aber nicht, trotzdem er darauf sein ganzes Leben aufbauen muß. Er nimmt die Freizeit mit einer Selbstverständlichkeit hin, die mancher andere nicht begreifen kann. Allen denjenigen, die sich bis jetzt noch nicht zur Teilnahme an einem Lehrgang entschlossen haben, gilt diese Mahnung. Ganz besonders ist es Pflicht der Stellenlosen, sich beruflich fortzubilden. Sie müssen nicht nur neue Kenntnisse erwerben, sondern auch das bisher erworbene Berufswissen aufrecht erhalten.

Das theoretische Wissen kann in der

Uebungsfirma

verwertet werden. Das Bestreben eines jeden Jungmanns müßte es sein, sich auch in der Uebungsfirma zu betätigen. Die Mitarbeit in der Uebungsfirma ist keineswegs als unnütze Zeitvergeudung anzusehen. Der Deutschen Angestelltenschaft in Deutschland ist es zur Aufgabe gemacht worden, die Kaufmannsjugend zu tüchtigen Kaufleuten heranzuziehen. Dazu sind dort die vielen Uebungsfirmen. In größeren Ortsgruppen bestehen 10, 20 und noch mehr derartiger Stätten für die berufliche Ertüchtigung. Auch bei uns sollen alle Kaufmannslehrlinge und Junggehilfen bis zum 25. Lebensjahr zur Mitarbeit in der Uebungsfirma herangezogen werden. Der Erfolg wird dann nicht ausbleiben.

Das Gesicht des Schaufensters!

Wer hat nicht schon einmal in ein Gesicht geschaut, von welchem man sich mit unwiderstehlicher Gewalt angezogen fühlte, von welchem eine unerklärliche Macht ausging und zu welchem wir vertrauensvoll aufblicken konnten? Wenn wir an ein so machtvolles Antlitz denken, fallen uns sogleich die Personen ein, bei denen wir ein solches Gesicht sahen. Unwillkürlich denken wir an ältere, geistvolle Herren, die eine reiche Erfahrung des Lebens hinter sich haben und unbedingte Achtung genießen. Vielleicht fällt uns dabei ein erfahrener Kaufmann ein, unser Lehrherr, unser früherer Rektor, unser Hausarzt, oder wir erinnern uns unbekannter Persönlichkeiten, die uns auf der Straßenbahn, oder auf dem Wege zum Geschäft begegnet sind. Worin mögen nun die Ursachen zu solcher Ausstrahlung von Macht und Respekt liegen? Schon der Jungkaufmann wird erkennen, daß aus einem solchen Gesicht Geist, Fähigkeit, Wille und Gerechtigkeit sprechen. Man sagt, daß man aus einem Gesicht den Charakter des betreffenden Menschen lesen könne. Wir alle haben schon Menschen gesehen, deren Gesichtsausdruck uns veranlaßte, auszurufen: „Der Mensch muß aber einen schlechten Charakter haben, ich könnte ihm kein Vertrauen schenken."

Nun kann ich meine eigentliche Absicht nicht länger verbergen: ich will nämlich sagen, daß das Schaufenster das Gesicht des Geschäfts ist.

Wie man vielfach den Menschen nach seinem Gesicht beurteilen kann, so kann man eine Firma nach ihrem Schaufenster beurteilen.

Viele Jungkaufleute helfen dem Dekorateur bei der Schaufensterausstellung. Dabei kann man, wenn man offene Augen hat, viel lernen. Häufig erklärt der Dekorateur, weshalb er einen Artikel nicht so, sondern so ausstellt, oder absichtlich

nicht an dieser, sondern an jener Stelle aufbaut. Darüber zu plaudern, habe ich heute nicht die Absicht. Aber ich will dem Jungkaufmann, der immer mehr und mehr ein tüchtiger Kaufmann werden soll, sagen, daß er sich einmal Gedanken darüber machen soll, welche Wirkung von einem Schaufenster auf die vorüberwandelnden Menschen ausgeht.

Sicherlich hat jeder schon, wenn er vor einem Schaufenster stand, gehört, wie ein Betrachter zum andern sagte: „Das ist eine reelle Firma“. Und wenn man das Fenster nochmals genau betrachtete, stellte man das gleiche fest. Grelle, marktschreierische Plakate in einem Schaufenster genügen nicht, ja sind in vielen Fällen ganz ungeeignet, den Käufer Vertrauen zu dem Geschäft gewinnen zu lassen. Mit dem Anlocken der Menschenmassen ist es nicht allein getan. Die meisten Käufer wollen in ein Geschäft mit einem sicheren Gefühl hineingehen können, daß sie nicht übervorteilt werden, daß sie für angemessenen Preis wirklich gute Ware bekommen. Der aufrichtige Kaufmann bedient seine Kundschaft so vorteilhaft, daß er mit ihrem öfteren Wiederkommen rechnen kann. Er will nicht an einem Kunden ein einziges Mal durch Betrug recht viel verdienen, sondern durch Aufrichtigkeit an einem Kunden öfter, wenn auch im einzelnen Falle weniger verdienen. Der tüchtige, ehrliche Kaufmann weiß, daß er sich die Kundschaft nur dann für die Dauer erhalten kann, wenn er sich die Achtung und das Vertrauen erwirbt und erhält.

Ein ordnungsliebender Kaufmann sieht auch darauf, daß sein Schaufenster ordentlich und sauber ist. Ein unordentliches Schaufenster läßt uns aussprechen: „In dieser Firma muß aber eine Wirtschaft herrschen“. In einem Geschäft, dessen Inhaber die Leute mit aufdringlichen Redensarten solange überhäuft, daß sie schließlich vor lauter Verwirrung für teures Geld minderwertige Ware kaufen, sehen auch die Schaufenster danach aus, nämlich die Preisschilder und Plakate sind derart unangenehm aufdringlich, und die Plakattexte enthalten recht unfeine Redensarten. Es gibt Schaufenster, bei denen man sofort den Eindruck hat, daß der Inhaber einen vornehmen Charakter hat. Gute Eigenschaften wirken nach außen hin nicht aufdringlich. Dennoch werden sie bemerkt, sie „fallen angenehm auf“.

Der Jungmann gehe durch die belebten Geschäftsstraßen der Stadt und bilde sich beim Betrachten der Schaufenster selbst ein Urteil. Der Wert dieser Beobachtung liegt darin, daß er daraus lernt, wie er später selbst Schaufenster zu dekorieren hat. Es gibt viele anstellige Lehrlinge, die schon selbständig Fenster dekorieren. Für sie sind solche Beobachtungen nicht weniger wichtig. Nie vergesse der Jungkaufmann, daß Rechtschaffenheit und Ehrlichkeit und das damit erworbene Vertrauen, die festesten Stützen eines Menschen sind und auch die festesten Stützen eines Geschäftsbetriebes, und nie vergesse er, daß das Schaufenster das Gesicht des Geschäftes ist, in welches täglich tausende von Menschen hineinsehen und darin lesen.

H.

Deutsche Hausbücherei 1935.

Band 1: „Die große Fahrt“. Ein Roman von Seefahrern, Entdeckern, Bauern u. Gottesmännern. Von Hans Friedrich Blunck.

Band 2: „Heilige Unrast“. Roman eines Deutschen aus unseren Tagen. Von Heinz Steguweit.

Band 3: „Der Büttnerbauer“. Ein Roman von deutscher Bauernnot. Von Wilhelm von Polenz.

Band 4: „Ludwigslegende“. Die letzten Könige. Von Richard Euringer.

Band 5: „Brot“. Der Mann und die Erde. Roman von Heinrich Waggerl.

Band 6: „Die Dithmarscher“. Ein Roman von Bauern und Helden. Von Adolf Bartels.

Band 7: „S A. räumt auf“. Erlebnisse aus der Kampfzeit der Bewegung. Von Heinz Lohmann.

Band 8: „Die Eidbrüder“. Ein Islandroman. Von Gunnar Gunnarsson.

Die bisherigen Sondergaben (Ferien- und Weihnachtsgabe) fallen in Zukunft weg. 1935 werden acht volle Reihenbände geliefert, die auch in Halbleder zu haben sind. Für die Reihenbände 3 bis 8 steht die um wesentliche Bücher bereicherte Auswahlreihe zur Verfügung. Trotz dieser Leistungssteigerung tritt keine Erhöhung des Bezugspreises (nur 2 RM. monatlich) ein!



Für jeden Jungkaufmann ist das **Handbuch des deutschen Kaufmanns** ein unentbehrliches Nachschlagewerk. Es ist das erste umfassende kaufmännische Lehrbuch, das im Geiste neuer deutscher Wirtschaftsgesinnung von führenden Männern der Wirtschaft aus Wissenschaft und Praxis geschaffen wurde.

In der heutigen Zeit werden im Berufe an jeden einzelnen die höchsten Anforderungen gestellt. Der junge Kaufmann wird nur dann bestehen und in seinem Berufe vorwärts schreiten, wenn ihm gründliche Kenntnisse auf allen Gebieten zur Verfügung stehen. Dazu will ihm das Handbuch des deutschen Kaufmanns verhelfen.

Das umfassende Werk unterrichtet in klarer, lebendiger Darstellung über:

Das neue Wirtschaftsdenken – Das Recht des Kaufmanns – Betriebswirtschaftslehre – Buchhaltung und Bilanz – Rechnen und Kalkulation – Kundenwerbung – Handel und Industrie – Bank und Börse – Geopolitik und Wirtschaftsgeographie – Rohstoffe und Weltwirtschaft – Technologie.

Mit mehr als 1000 Seiten Umfang und reichem Bildmaterial stellt das Werk für den Kaufman das geistige Rüstzeug der Berufserziehung dar. Darüber hinaus ist das Handbuch als Nachschlagewerk mit seinem ausführlichen Stich- und Schlagwortverzeichnis, das mehr als 4000 Schlagworte enthält, für jeden Praktiker erforderlich.

Das Werk kostet bei Barzahlung RM. 25., bei monatlichen Ratenzahlungen von RM. 3.– RM. 26.25.

Das Buch liegt auf der Geschäftsstelle aus und kann jederzeit angesehen werden. Bestellungen nimmt die Geschäftsstelle entgegen.

Lieber Berufskamerad!

Spielst Du auf einem Instrument? Wenn ja, so komme doch in unsere Musikgilde. Wir spielen jeden Montag in Kattowitz, in der Klassischen Ecke, ul. Slowackiego.